

Día 1

ENTREVISTA

Sebastián Arcuri

CEO y Country Head de Scotiabank Perú

"Entre el 2025 y 2029, tenemos previsto invertir un billón de soles en el Perú". /5



Un paseo por nuestro Centro Histórico

Aniversario. Lima celebra con inversiones y proyectos que contribuyen a su revalorización, con el comercio integrándose aún más a su estructura colonial. /6,7



DESTAQUE

Apetito. La Cuadra del Salvador da un salto internacional con un nuevo local en Madrid. /10

PINES DE LA SEMANA

PUNTO
DEVISTA



**MARÍA ROSA
VILLALOBOS**
Editora de Economía y DÍA1

La tercera es la vencida

Desde que la Ositrán advirtió el 6 de enero que aún no se habían realizado las pruebas integrales en el nuevo terminal del Jorge Chávez, los que seguimos este proceso de cerca sabíamos que algo no andaba del todo bien con los hitos del calendario de esta megaobra. De hecho, estos hitos nunca se conocieron al 100% públicamente, por lo que el seguimiento ha sido discontinuo. Esta falta de transparencia fue uno de los argumentos que dos gremios aéreos resaltaron en un comunicado la semana pasada. Ambos criticaron la falta de claridad en el cronograma de pruebas pendientes y el cumplimiento de las operaciones para determinar la puesta en marcha del nuevo terminal, entre otros temas. Si bien esta situación representa muchas complejidades, dos son las aristas principales: la conectividad – toda la infraestructura faltante que permitirá al pasajero llegar de forma segura – y el óptimo funcionamiento de los procesos internos – que incluye, entre otros, la gestión de equipaje, el desempeño de Migraciones y el despegue y aterrizaje de las aeronaves. Durante los últimos meses se ha expuesto en tono de denuncia la falta de accesos y las insuficientes pruebas de estrés a las que debe estar sometida esta infraestructura antes de iniciar operación, así como la limitada participación de las aerolíneas, siendo esto último insólito y preocupante. No se puede montar un restaurante sin tener en cuenta al personal de cocina y salón. Para que el camino al 30 de marzo sea más transparente, recto y prolijo, deben quedar claras las condiciones de la nueva adenda que el concesionario y el MTC firmarán para formalizar la decisión. Harían bien los actores involucrados en cuidar las expectativas que se generan en la población a través de los mensajes compartidos especialmente por redes sociales, en aras de alcanzar la meta más importante: operar el nuevo terminal de manera segura. Empecemos el 2025 con el pie derecho y no con un aterrizaje forzoso.

“Desde que la Ositrán advirtió el 6 de enero que no se habían realizado las pruebas integrales, sabíamos que algo no andaba del todo bien”

El Comercio no necesariamente coincide con las opiniones de los articulistas que las firman, aunque siempre las respeta.

ANUNCIOS EMPRESARIALES

Kango: Nueva plataforma de viajes y hospedajes

La startup peruana Kango ingresa al segmento de viajes y hospedajes con el objetivo de captar el 20% de compra de boletos aéreos por Internet en su primer año de operaciones.



ALONSO DIERD

ISM recibe Certificado

Azul de manos de la ANA
La Autoridad Nacional del Agua (ANA) otorgó el Certificado Azul a Industrias San Miguel (ISM). Esto, por su eficiente gestión del recurso hídrico en sus plantas de Huaura y Arequipa.

BCP invertirá S/90 millones en colegio La Salle de Abancay

El BCP destinará más de S/90 millones al mejoramiento de la infraestructura y los servicios de la institución educativa La Salle, en la ciudad de Abancay. El proyecto se ejecutará mediante el mecanismo de Obras por Impuestos, y beneficiará a más de 1.200 estudiantes cada año.



BCP

Natura presenta crema hidratante de castaña

Natura lanzó el primer hidratante corporal concentrado del mundo. El producto viene en un envase reutilizable, elaborado con plástico reciclado recogido en los afluentes del Amazonas.

De Cajón Vodka ganó concurso internacional

De Cajón Vodka, producto insignia de la destilería nacional De Cajón Destilados, fue galardonado con la Medalla de Oro en la New York World Spirits Competition 2024.



DE CAJÓN

UPN obtiene reacreditación institucional internacional

La Universidad Privada del Norte (UPN) obtuvo la reacreditación institucional por parte del Instituto Internacional para el Aseguramiento de la Calidad (IAC-CINDA). De esta forma, se consolida como la segunda universidad en Perú en lograr esta reacreditación hasta el 2029.



UPN

P&G celebra 69 años en Perú

Desde su arribo al país, P&G ha liderado la industria de consumo masivo. Hoy da empleo a más de 250 personas y apoya el crecimiento de pequeñas y medianas empresas de su cadena de suministros.

Se lanza Beca Perumin

El IIMP invita a jóvenes profesionales, entre 23 y 35 años, a postular a la Beca Perumin, la cual cubrirá al 100% el costo de participación en el evento Perumin 37. Las postulaciones están abiertas hasta el 2 de febrero.

Sony abre una nueva tienda, esta vez en Plaza San Miguel

Sony anunció la apertura de su tercera tienda en el país. Se trata de la nueva Sony Store Plaza San Miguel, ubicada en el centro comercial del mismo nombre.

NOMBRAMIENTOS DESTACADOS



TONY POWER

CEO

Anglo American en el Perú

El ingeniero australiano tiene 25 años de experiencia en el sector minero. Ha ocupado importantes posiciones dentro de la compañía, destacando en la de Vicepresidente Ejecutivo Técnico de Metales Base y Gerente General de varias operaciones mineras, entre ellas Mogalakwena.



MARIO ZAMBRANO

Superintendente adjunto de cooperativas

Superintendencia de Banca, Seguro y AFP

Destacó entre 300 postulantes en un proceso de selección que duró tres meses. Ha sido superintendente adjunto de riesgos de la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV) y trabajó como experto en supervisión financiera del Fondo Monetario Internacional (FMI).



IGNACIO SCHNEIDER

Gerente general

Limagas

Es ingeniero comercial con más de 17 años de experiencia. En su última posición se desempeñó como gerente de Área de Ventas en Lipigas.



SPENCER FRIEDMAN

General Manager

Rappi

El ejecutivo estará a cargo de la compañía hasta marzo y luego dejará el cargo tras más de dos años de trabajo. Hasta el momento no se ha dado a conocer el nombre de su sucesor.



PIERO IRIVARREN

Gerente de Inversiones

Habitat Perú

Su última posición fue la de gerente principal de Análisis, Selección de Fondos y Trading de Profuturo AFP. Tiene más de 15 años de experiencia en la gestión de activos.

CLUB EL COMERCIO & UPC SE UNEN PARA IMPULSAR TU EDUCACIÓN



Aprovecha beneficios exclusivos para
Suscriptores en todos los programas
de postgrado.



15% dto.

MBA, Maestrías y
Educación Ejecutiva

¿CÓMO OBTENER TU BENEFICIO?



Ingresa a https://bit.ly/postgrado_upc
y elige el programa de tu interés.



Regístrate con tu documento de
identidad y un asesor especializado
se pondrá en contacto contigo.



Descubre más beneficios y sus condiciones en clubelcomercio.pe

Suscríbete desde S/4 mensuales,
pago único S/ **100** por dos años



El 45% de empresas exigen inglés intermedio: jóvenes lideran capacitación

Exigencia. Ocho de cada diez egresados de los tres niveles de inglés, utilizan el idioma en su jornada laboral, según un estudio del ICPNA. Sin embargo, de acuerdo con ManpowerGroup hay postulantes que no lo priorizan al buscar trabajo.



MARITZA SÁENZ

La exigencia del inglés es cada vez más frecuente en los centros laborales y no solo como requisito para conseguir un trabajo, pues muchos empleos demanda la práctica de este idioma en el día a día. A esta conclusión llegó el "Estudio sobre el dominio del inglés en el ámbito profesional", elaborado por el Instituto Cultural Peruano Norteamericano (ICPNA) y que incluye a 276 de sus egresados a nivel nacional. Al 45% le solicitaron inglés intermedio al momento de postular a un empleo, al 23% le exigieron nivel avanzado, ya un 32%, básico. Para avalar este conocimiento, a la mitad de los encuestados le solicitaron certificar este idioma.

"Las exigencias en el mundo profesional, tanto para insertarse como para el desarrollo profesional, cada vez más exigen un nivel adecuado de inglés para lograr objetivos. Ahora las empresas se están tomando en serio el idioma y no solo piden redacción, también buscan habilidades más integrales enfocándose en el aspecto conversacional", comenta Claudia Bastian, gerente Comercial y Marketing de ICPNA.

PREPARACIÓN DESDE JÓVENES

Los participantes de este estudio completaron los tres niveles de inglés: básico, intermedio y avanzado. En su mayoría (79%) son jóvenes entre 18 y 30 años, lo que demuestra un interés de quienes inician su vida laboral; de hecho, el informe también arroja que tres de cada diez encuestados ocupaban puestos de asistentes y los rubros con mayor representación son: educación (25%), salud (10%) y comunicaciones (9%).

Sin embargo, no todas las personas que buscan empleo, sobre todo los menores de 30, toman el inglés como prioridad a la hora de postular a un cargo, considera Daniel Galdos, gerente comercial de ManpowerGroup.

"En general los postulantes, sobre todo los jóvenes, piensan que no es tan necesario aprender el idioma inglés porque existen herramientas para traducir y es mejor invertir su tiempo en otro tipo de instrucciones. El problema es que las empresas y los tomadores de decisión, cuando quieren atraer talento, quieren que una persona tenga todas las condiciones para operar incluso cuando la tecnol-

ogía no esté disponible", resalta Galdos a Día 1.

EGRESAN PREPARADOS

Galdos advierte de la exigencia del idioma en casi todas las empresas. Para los puestos operativos, la habilidad no es tan requerida; sin embargo, si un trabajador busca un ascenso, el inglés se convierte en un factor diferencial.

En vista a esta exigencia, las universidades se enfocan en la preparación de sus alumnos de pregrado. En ESAN, los estudiantes tienen un centro de idiomas y entre 8 a 10 cursos completamente en inglés a los que acceden a partir del segundo año como parte de su plan de estudios, explica Mariela Oliveros, directora de Relaciones Internacionales de ESAN.

"Pueden ser cursos de enseñanza del idioma inglés o cursos de la carrera; es decir para cualquier especialidad, contenidos que solamente los dictamos en inglés. Algunos de ellos son cursos obligatorios y eso implica que vengan preparados con un nivel de por lo menos intermedio o avanzado de inglés, porque tienen que ser capaces de producir, tanto a nivel oral como escrito", refiere.

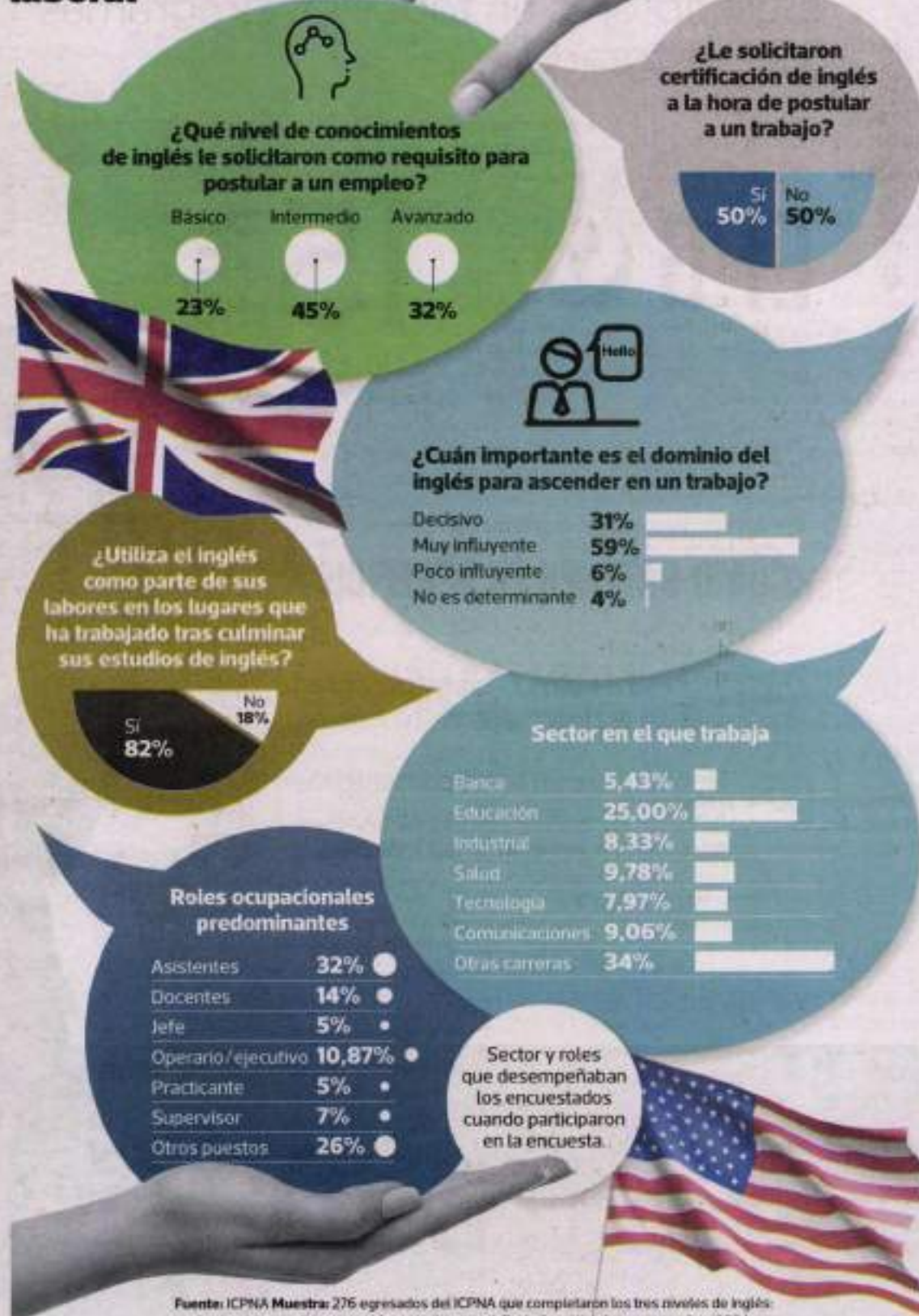
En la misma línea, se busca que el estudiante participe en programas donde pueda interactuar en inglés con alumnos de universidades extranjeras como el Intercultural Management International Business. "Con estos conocimientos nuestra población estudiantil estará lista para acceder a convenios que tenemos con universidades extranjeras", comenta Oliveros.

La Universidad de Lima también adapta el inglés a su currículo, explica Patricia Stuart, rectora de esta universidad. "Para graduarse como bachiller de esta universidad, el estudiante debe tener un nivel intermedio de inglés. Sin embargo, quienes cursen la Carrera de Negocios Internacionales deberán alcanzar un nivel avanzado. A partir de 2025, para los estudiantes de nuevo ingreso, esta será la única carrera con cursos obligatorios en inglés, mientras que otras ofrecerán secciones en ambos idiomas", explica.

FUERA DE LAS AULAS UNIVERSITARIAS

La oferta para estudiar inglés es variada. ICPNA ofrece un programa regular de tres años, donde el 90% son jóvenes con pocos conocimientos, pero también cuentan con el programa 'One to One', requerido en su mayoría por el segmento corporativo, mandos medios, y hasta CEO.

Exigencias del mercado laboral



Fuente: ICPNA Muestra: 276 egresados del ICPNA que completaron los tres niveles de inglés: básico, intermedio y avanzado, a nivel nacional. Periodo: septiembre - noviembre, 2024

Certificaciones TOEFL

Según el estudio, si bien las empresas priorizan la capacitación en inglés, solo al 15% de los encuestados se les solicitó certificación TOEFL al postular a un trabajo.

Además, algunas universidades cuentan con su propio centro de idiomas, como es el caso de la Universidad de Lima. "El programa integral de inglés es exclusivamente para los alumnos de la Comunidad Ulima, pero tenemos cursos especializados para todo tipo de público como el 'English for business'. Además, [para este 2025] ofrece-

mos nuestro programa 'Empower Teens' que comprende varios talleres, de los cuales cuatro son en inglés: dos de revisión gramatical y los otros para trabajar la fluidez a nivel comunicativo. Estos talleres son dirigidos a escolares entre 14 y 17 años", explica Rosarío Bernal, directora del Centro de Idiomas de la Universidad de Lima.

ENTREVISTA

Sebastián Arcuri

CEO y Country Head de Scotiabank Perú

Finanzas. El banco pone el foco en clientes con los que tienen más de un producto, con el objetivo de de poner a su disposición una red global.

“Entre el 2025 y 2029, tenemos previsto invertir un billón de soles en el Perú”



ISRAEL LOZANO GIRÓN
Subeditor de Economía y Día

En su primera entrevista desde que asumió el cargo en julio pasado, el CEO de Scotiabank detalla los planes del banco para el Perú y el siguiente paso de su estrategia: concentrarse en clientes prioritarios. Comenta también las razones de la transferencia de acciones de la operación en Colombia.

En el 2024 decidieron virar su estrategia de negocio hacia segmentos de banca empresarial y 'wealth management'. ¿Los resultados fueron los deseados?

Fue un muy buen año para el banco. Esto lo vemos en la utilidad neta, que si la miramos de punta a punta, subió un 30%. El 'revenue' se incrementó y tenemos todos los indicadores positivos, con lo cual estamos satisfechos.

Esto luego de un 2023 con menores resultados.

Lo que nosotros vemos es que nuestros indicadores año a año mejoran, alineados a esta estrategia. Como banco global nosotros decidimos dejar de ser una federación de bancos—que cada uno se manejaba en su país de forma casi independiente—a ser un banco global. Les permitimos a los clientes utilizar ese 'network' que tiene Scotiabank.

¿Qué beneficios de dicha estrategia obtendrán los clientes?

Estamos estandarizando el servicio para firmas multinacionales con algunos beneficios específicos. Si tú eres un 'treasurer' o el CFO de una empresa que opera en varias jurisdicciones en América Latina, buscaremos ampliar nuestra capacidad de ofrecerte tesorería, servicios, productos, visibilidad de todas tus finanzas a través de lo que llamamos Global Transactional Banking. Es uno de los focos de inversión para el 2025.

A junio del 2024, la cartera de créditos del banco mostró una contracción. Entiendo que se dio en sectores que no son prioritarios. Nosotros hemos salido de una estrategia de volumen para una ir hacia

una de valor. Entonces, nos estamos concentrando en los clientes que son principales y queremos ser su banco de cabecera. Vamos a ser más selectivos. Estamos bajando, tal vez, 'market share' en algunos productos de crédito y estamos creciendo en lo que nosotros llamamos 'share of wallet', que sería como el 'market share' de los clientes foco. Lo otro es que tú ves en los números locales una reducción, pero nosotros como banco global miramos las colocaciones de clientes en todo nuestro 'network'.

¿Con qué créditos son menos intensivos en colocaciones? ¿Créditos de consumo?

Tiene que ver más con clientes corporativos y algo de crédito de consumo, que con productos 'monoliner'.

Viendo al cliente que hoy es el foco, ¿cuánto han crecido en colocaciones este año?

Estamos creciendo en ese tipo de clientes aproximadamente 10%.

En el caso de la cartera hipotecaria, ¿siguen la misma estrategia?

Sí. Nuestro foco no está en los clientes con los que tenemos productos 'monoliner' de hipoteca—con los que no tenemos otro relacionamiento—. Hoy nuestro foco está en clientes hipotecarios con los que tenemos caja de ahorro, billetera, tarjeta de crédito. Ese continuará siendo el foco. Ahí vas a ver que nuestro crecimiento continúa alrededor del 10%.

Dado la particularidad del 2025, ¿esperan alguna contracción en colocaciones?

Nosotros vemos eso como temas coyunturales. Los que hemos trabajado en mercados emergentes—en mi caso 30 años—sabemos que estamos siempre sujetos a ello. Los grandes proyectos van a continuar.

El migrar de estrategia también buscaba reducir la morosidad de la cartera. ¿Ha sido este el caso?

El ratio de morosidad de Scotiabank de diciembre 2024 alcanzó el 4,26%, inferior en 6,1 puntos básicos respecto al cierre de noviembre 2024 (4,32%), siendo mejor al promedio de los últimos 6 meses. Pese a ello, todavía no ha bajado a lo que



Scotiabank ha logrado reducir su morosidad, pero aún no se encuentra en el nivel deseado, según refiere Arcuri.

“Estamos bajando 'market share' en algunos créditos, pero vamos ganando en 'share of wallet'”

“Los bancos con éxito mundial son bancos de escala. En Colombia no teníamos esa escala”

nosotros queremos llegar.

En el 2024 generaron provisiones voluntarias, aún cuando el banco tenía un adecuado nivel de respaldo de cartera. Si la mora está a la baja y su estrategia los aísla del riesgo, ¿a qué responde la decisión? ¿es una mayor percepción de riesgo en el mediano plazo?

La morosidad y la previsión, si bien están alineadas, no necesariamente van en tándem. Nosotros somos un banco muy conservador. Hemos aprendido que cuando uno mira hacia adelante, siempre tiene que prever posibles escenarios que no son los que uno quiere. Somos optimistas, pero por otro lado, no sabemos lo que va a suceder en la segunda mitad [del año] y tampoco en el 2026. Entonces, como banco más conservador tomamos provisiones tal vez por arriba de lo normal.

En cuanto a digitalización, ¿cuáles la apuesta para este 2025?

Nuestro plan de inversiones en el Perú, desde el 2025 hasta el 2029, son más o menos un billón de soles en total, de los cuales una parte súper importante va para lo que es ciberseguridad, tecnología, protección. Por otro lado, hoy que ya tenemos un número importante de usuarios digitales, la apuesta es por la profundidad de utilización, que depende de darle al usuario más alternativas en un aplicativo. Hemos colocado, por ejemplo, la opción de comprar fondos de inversión a través del aplicativo y seguiremos ampliando la oferta.

La venta de las operaciones de Colombia trajo nuevamente el rumor de una posible salida del Perú. ¿Cuáles, finalmente, la estrategia de la casa matriz con Latinoamérica y, en específico, con el Perú?

La transacción de Colombia resuelve un problema clave en jurisdicciones como esas: la escala. Los bancos que tienen éxito mundial son bancos de escala. En Colombia no teníamos esa escala. Con la fusión entre Scotiabank y Davivienda, creamos el segundo banco más importante de Colombia. Y nosotros nos quedamos con el 20% de las acciones. Además tenemos un sistema de 'referrals' para clientes corporativos que Davivienda no podría atender afuera de Colombia. Si un cliente peruano necesita hacer negocios en Colombia, antes lo atendíamos con Scotiabank, luego con Davivienda pero con una oferta de productos mayor.

¿Qué posición tenían en Colombia?

Éramos sextos. No era un banco que podía tener un buen balance. El problema que se resolvió fue cómo seguir atendiendo a clientes. Nuestro compromiso con Perú es claro, vamos a invertir un billón de soles en los próximos 5 años y nuestra posición de capital local y de provisiones sigue siendo muy buena. Muestra que, en efecto, hemos tenido que hacer esa jugada en Colombia para poder ofrecer servicios a esos clientes; pero en Perú la fórmula de éxito es otra.

Lima a sus 490 años

El Centro Histórico se revaloriza con inversiones y proyectos de desarrollo

Evolución. Viviendas, oficinas, transporte y comercios conviven con iglesias, plazas y edificios coloniales que hacen de la 'Ciudad de los Reyes' un atractivo turístico y punto estratégico para la vida diaria y el trabajo.



MELISSA RODRÍGUEZ
ENCISO

Lima cumplió este último sábado 490 años de haber sido fundada. Su Centro Histórico ha logrado valorizarse de manera continua en los últimos años, principalmente porque esta zona está tomando un importante protagonismo en el desarrollo inmobiliario, dice Augusta Barrios, country manager de Grupo LAR, quien también afirma que esto se debe, en parte, a la gestión que viene realizando Prolima y la Municipalidad de Lima para recuperar el valor de los espacios históricos de la zona.

Barrios agrega que, gracias a la implementación de medios de transporte como la estación Central del Metropolitano y la nueva estación de la Línea 2 del Metro, el Centro Histórico de Lima (CHL) se consolidará como una zona desde la cual un ciudadano o turista podrá trasladarse a diferentes puntos de la ciudad de manera ágil y eficiente.

Justamente, el grupo español viene desarrollando el proyecto inmobiliario Qantua en Jirón Lampa, que consta de cuatro etapas de viviendas y locales comerciales con una inversión total de S/ 220 millones en un terreno de 12.700 m². A la fecha, se ha logrado vender el 80% de la fase 1 y el 30% de la fase 2. La fase 3 del proyecto está pensada para ser lanzada en el segundo trimestre del 2025, cuenta Barrios.

"Qantua destaca por su buen diseño que combina modernidad con acabados inspirados en la esencia de la Lima tradicional. Tiene más de 10 áreas sociales, un enfoque en sostenibilidad y una ubicación estratégica cerca de sistemas de transporte público y servicios esenciales. Además, ofrece un parque privado de más de 3 mil m²", agrega.

En este mismo rubro inmobiliario, Max Medina, gerente de Investigación de Binswanger, señala que el principal propietario de oficinas en el centro de la ciudad es Fibra Prime, y sus principales inquilinos son el Estado y los 'contact center'. Además del Grupo LAR, Ecoplaza desarrollará un 'strip center', Eco Plaza Wilson, junto a la Casa Ga-

mer. Y, también se habla de la restauración del Hotel Bolívar y el edificio Giacoletti.

"Prolima es un jugador sumamente importante. También se tiene la remodelación de la casa Heeren y el Parque de la exposición", explica Medina.

Desde Binswanger señalan que el stock de oficinas en el centro es de 106 mil m², con un 12% de vacancia y una renta promedio de US\$ 12,5 por m², cifra mayor a los US\$ 11,35 registrados en el 2021.

COMERCIO VIVO

En cuanto a la evolución del precio por metro cuadrado en el comercio puerta a calle, según Binswanger, en el corredor Jirón de la Unión, la tarifa media es de US\$ 54 por m², en el corredor Mercado Central, la cifra es de US\$ 44 por m², y en el corredor Breña, de US\$ 23 por m². Los precios han visto un incremento desde el 2021 (ver cuadro).

Steve Morales, gerente general adjunto de los establecimientos Casa Tambo -ubicado en el Jirón de la Unión- y Pancho Fierro -en Jirón Ica-, anota que el Centro de Lima es un mercado difícil, porque alberga diversas manifestaciones. "Cuando abrimos en 2023, enfrentamos huelgas, la pandemia y manifestaciones. El mayor aprendizaje que nos dejó es la resiliencia y la colaboración para sostener el proyecto", cuenta.

Entanto, Jericó Carpio, gerente de Marketing de Villa Chicken, ubicado en la Antigua Casona Pancho Fierro en Jirón Ica, señala que el crecimiento del CHL ha ido muy de la mano con la municipalidad, al dar facilidades para poder adaptarse a las estrategias comerciales.

"Creo que han entendido muy bien que es un beneficio mutuo. Al tener un restaurante atractivo, la gente visitará con más frecuencia el Centro de Lima y se beneficia tanto el municipio como los restaurantes. Por ahí parte el tema del éxito, revalorizar el centro", anota.

LA REVALORIZACIÓN

Luis Martín Bogdanovich, gerente de Prolima, comenta que la inversión pública tiene entre sus funciones garantizar las bases para que se pueda dar la inversión privada. De hecho, asegura, la recuperación del CHL re-

30%

de lo invertido en la recuperación de un inmueble con condición de monumento, de valor monumental o declarado inhabitable, se deduce del impuesto a la renta

Esto gracias al reglamento de la Ley 31980 aprobado en noviembre, que también establece que en marzo de cada año, el 3% de la recaudación del IGV generado en el Cercado de Lima se destine al desarrollo integral del área histórica.

querirá de ambos tipos de inversión. Por ello, destaca la importancia de tener un instrumento planificador como el Plan Maestro del Centro Histórico, que guiará la recuperación de esta zona hasta el 2035, año en el que Lima cumplirá 500 años de fundación.

Desde Prolima entregarán entre marzo y octubre de este año, proyectos por S/ 44 millones que inicialmente contemplaban recuperación de fachadas de distintas iglesias y, gracias a la Ley 31980, se convirtieron en proyectos de restauración estructural. Asimismo, este año inician la ejecución física de proyectos por más de S/ 200 millones, que incluyen hospitales, plazas, iglesias y edificios (ver cuadro).

Consultado sobre la advertencia de la Unesco ante la posible pérdida del reconocimiento del CHL como Patrimonio de la Humanidad, Bogdanovich asegura que dicha advertencia no existe.

"El año pasado la Unesco incorporó cinco nuevas áreas del CHL como Patrimonio Mundial. En el fondo es un reconocimiento a la labor de Prolima en su ejecución del Plan Maestro, porque no se incorporan áreas al sitio Patrimonio Mundial cuando existe riesgo de pérdida", explica. Con miras a los 500 años, existen dos proyectos importantes, el soterramiento de la Avenida Abancay y la recuperación del río Rímac.



En cifras

Comercio puerta a calle

RENTAS 2024

TARIFA ● Máximo ● Mediana ● Mínimo



Oficinas

STOCK 106.000 m²

TASA DE VACANCIA 12%

RENTA PROMEDIO S/12,50/m²

PRINCIPALES INQUILINOS Entidades estatales, de 'outsourcing' y 'back office'

EVOLUCIÓN (MEDIANA DEL PRECIO DEL M²)



EVOLUCIÓN (TARIFA PROMEDIO)

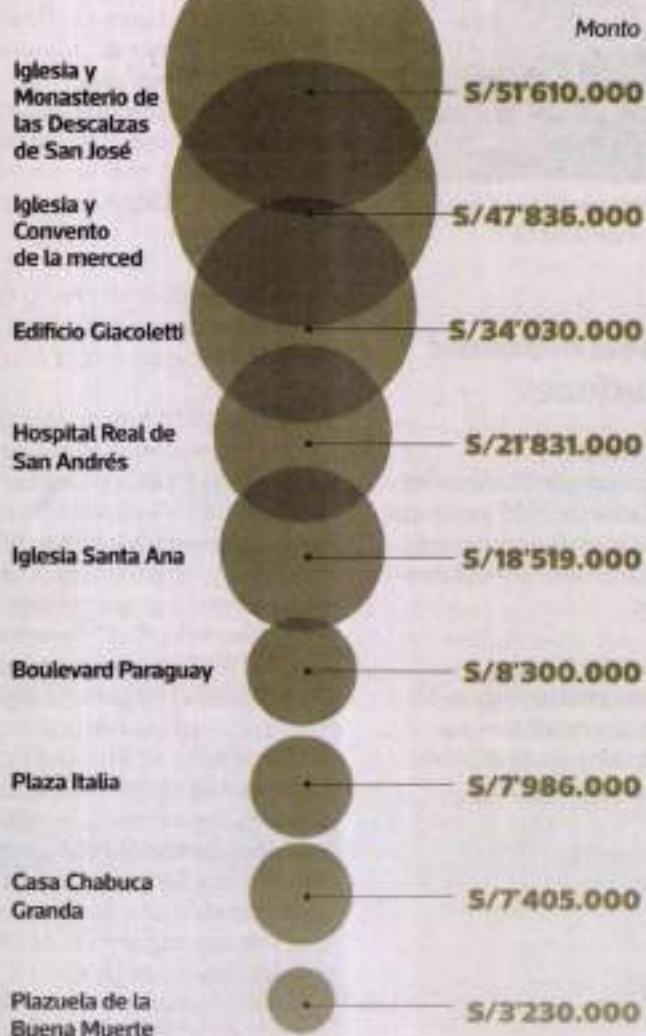


Cercado de Lima

Corredor De la Unión
US\$30/m² - US\$58/m²
Mínimo Máximo



Proyectos por iniciar ejecución física el 2025



Proyectos por entregar en el 2025



CIUDAD DE LOS REYES



Casa Tambo

Se ubica sobre una casona recuperada, que fue uno de los primeros restaurantes de lujo que albergó Lima, el famoso Tambo de Oro. Steve Morales, gerente general adjunto de Casa Tambo, cuenta que, cuando tomaron el proyecto en 2023, decidieron recuperar la historia que tenía el edificio, pero adaptándolo a propuestas modernas. Con ello, hoy Casa Tambo se ha convertido en un restaurante turístico peruano de comida contemporánea, manteniendo la esencia de antaño. Para Morales, el CHL es un núcleo de valor cultural y comercial y, bien gestionado, puede dinamizar el turismo y la economía local. El 20% de sus comensales son extranjeros.



Villa Chicken

Se ubica en la antigua casona Pancho Fierro, donde abrieron en el 2014. Inicialmente era un hospedaje bastante descuidado y fue remodelado para que pudiera sentirse como una quinta de antaño, cuenta Jericó Carpio, gerente de Marketing del restaurante. En el 2018, la casona sufrió un incendio que impactó sobre el 50% de la infraestructura, pero lograron remodelarlo y ahora, en sus 1.000 m², se erige con los colores coloniales rosa, celeste, naranja y amarillo, con una gran cúpula y donde conviven con pequeñas aves que transmiten la sensación de tener a la naturaleza dentro del local. Reciben entre 800 y 1.000 comensales, y el 20% son turistas extranjeros.



Pancho Fierro

La cafetería abrió en 2016 y cuenta con cuatro locales. Uno de ellos está ubicado en Jirón Ica. Según Steve Morales, su gerente, este espacio revaloriza el café peruano y cuenta con postres de autor con identidad local. Su carta está dirigida a un público familiar, y hoy cumple con las expectativas proyectadas desde su inicio en un mercado difícil, en el que las cafeterías abundan, cuenta Morales. Sin embargo, la evolución y la propuesta nueva que han incorporado con el concepto de chicharronería, es un empuje para consolidar la marca y la propuesta misma, dice. Pancho Fierro abrirá un quinto local en el Centro Comercial KM 40, en el surchico.



MUNDO MANAGEMENT

IVO SAONA
Director general en Aporta, plataforma de
impacto social de Breca

LIDERAZGO CON IMPACTO

Si algo debemos dejar como legado no son solo los resultados concretos de nuestras acciones, sino también la capacidad de inspirar a otros.

●●Cada trimestre, el equipo de Aporta se reúne para evaluar el progreso de nuestros proyectos y explorar nuevas maneras de amplificar nuestro impacto. Estas reuniones son una oportunidad valiosa para reflexionar, aprender y alinearnos con nuestra misión, valores y propósito.

En nuestra última reunión de diciembre de 2024, tuvimos el privilegio de escuchar a Rubén Sánchez, CEO del Grupo San Antonio, quien nos compartió su visión sobre el liderazgo con impacto y su búsqueda de propósito personal. Su mensaje, centrado en la trascendencia del pensamiento, fue profundamente inspirador. Esta charla me llevó a reflexionar sobre el propósito de Breca, "Inspiramos para Trascender", que puede sonar ambicioso o amplio, pero que en realidad, en el

ejercicio del liderazgo, se hace tangible como esa capacidad de inspirar a través de las acciones y el compartir experiencias, volviéndonos líderes trascendentes. Un elemento crucial en este camino es la honestidad con la que comunicamos nuestras experiencias, tanto las exitosas como las que no alcanzaron los resultados esperados.

Reconocer estas experiencias y los espacios para mejorar no solo nos hace más humanos, sino que también nos impulsa hacia el crecimiento. El liderazgo con impacto también implica compartir lo aprendido y, sobre todo, estar dispuestos a escuchar con humildad y empatía. Aprendemos no solo al enseñar, sino al abrirnos a las perspectivas y conocimientos de quienes nos rodean. El trabajo en equipo no es un simple esfuerzo colec-

tivo; es un ecosistema vivo, donde todos aportamos y aprendemos, y donde la colaboración se convierte en la base para un cambio duradero. Es imposible lograr cambios significativos si actuamos solos; la colaboración es clave.

Si algo debemos dejar como legado no son solo los resultados concretos de nuestras acciones, sino también la capacidad de inspirar a otros a convertirse en agentes de cambio en sus comunidades, familias y organizaciones. Al comenzar un nuevo año es un buen momento para reflexionar sobre nuestras metas y objetivos, y pensar en cómo debemos apuntar a dejar un mejor país para las futuras generaciones.

El Comercio no necesariamente coincide con las opiniones de los articulistas que las firman, aunque siempre las respeta.

Marcan invierte US\$ 15 mlls. en Time San Isidro

Oferta. La inmobiliaria, que lanzó recientemente el edificio de oficinas boutique, comenta que el 25% del proyecto ya se encuentra vendido.



La empresa se ha enfocado en la calidad de los productos y en ofrecer soluciones para los usuarios de sus inmuebles, residentes o inversionistas.

MELISSA RODRÍGUEZ ENCISO

Con una cartera diversificada de proyectos de departamentos, oficinas boutique y consultorios, la Inmobiliaria Marcan ha venido enfocándose en los edificios mixtos y recientemente ha lanzado a la venta su nuevo edificio de oficinas boutique Time San Isidro, que iniciará construcción en julio de este año y se entregará en julio del 2027.

Humberto Martínez, presidente ejecutivo de la inmobiliaria, comenta que el proyecto ha tenido una inversión de US\$ 15 millones y, a la fecha, el 25% ya se encuentra vendido. Las unidades tienen un ticket promedio de US\$ 75 mil.

El proyecto cuenta con 9 pisos, 111 oficinas, estacionamientos privados y de visitas, para bicicletas, lactario, 'garden rooftop', audito-

Enfoque en la calidad Soluciones

Trayectoria

Marcan cumple 37 años en el mercado este 2025 y es una de las pocas empresas con más de 20 años en el sector inmobiliario.

Proyectos

Han desarrollado más de 60 proyectos inmobiliarios y construido más de 100 obras en casi cuatro décadas.

rio SUM, salas de reuniones, entre otros.

En Marcan han identificado que, desde el punto de vista del cliente, el adquirir una oficina es más rentable que optar por un alquiler. Y es que, aunque los costos por metro cuadrado son similares, el valor de la renta es casi el doble. "El alquiler de un departamento puede estar en alrededor de los US\$ 11 por m² y el de una oficina en alrededor de los US\$ 20 por m², algunos por encima de eso", dice.

Además, refiere que los contratos de alquiler de oficinas boutique suelen ser más largos y el periodo de vacancia es más corto.

PORTAFOLIO

En el 2024 Marcan creció un 21% en ventas respecto al 2023. Este año esperan crecer entre 20% y 25%.

"En el 2024 fueron importantes los proyectos [de departamentos] POD, en La Mar y Roosevelt 6000, en Miraflores. Ambos proyectos estaban terminados y tenían un stock importante que logramos vender a una buena velocidad", comenta.

En el 2025, los proyectos que impulsarán el crecimiento son uno que se ubicará en la Avenida 28 de julio, en Miraflores, y próximos lanzamientos, entre los que se encuentran dos edificios de consultorios y oficinas en Miraflores y San Isidro, con 110 unidades cada uno. También tienen previsto un proyecto de 180 departamentos en La Victoria.

La inmobiliaria analiza el desarrollo de proyectos de oficinas en Surco y en San Borja.



"Identificamos un potencial significativo en minería y telecom", señala Lam.

Equans listo para iniciar operación en nuevo aeropuerto

Servicios. Firma francesa también busca oportunidades para 'facility management' en el puerto de Chancay.

Equans, firma reconocida en nuestro país por su gestión de las sedes deportivas de los Juegos Panamericanos 2019, anotó una cifra récord de facturación de más S/310 millones en el 2024.

Esto, debido principalmente, a sus contratos de facility management (gestión de inmuebles y servicios) con el proyecto Legado, articulador de los Panamericanos 2019, y empresas líderes como Backus y Via Expresa.

"Ahora estamos entrando al nuevo aeropuerto Jorge Chávez, y persiguiendo otras iniciativas en el puerto de Chancay", apunta Omar Lam, CEO de Equans Perú.

En efecto, la firma de servicios multi-técnicos "ha completado todos sus procesos in-

ternos para entrar en operación desde el día cero", indica Lam. Es decir, a partir del 30 de marzo, que es la nueva fecha fijada por el Gobierno para la inauguración del nuevo aeropuerto.

Allí, Equans será responsable de la gestión de los sistemas de energía y climatización para las mangas de abordaje, los cuales serán completamente eléctricos, a diferencia de lo que ocurría con los sistemas del antiguo aeropuerto, que funcionaban con diésel.

Precisamente, para inspeccionar estas labores, arribó a Lima en noviembre pasado el presidente global de la firma, Jerome Stubler, quien "se sorprendió con la tecnología del nuevo Jorge Chávez, a pesar de haber construido (el mismo) 17 aeropuertos alrededor del mundo", refiere Lam.

Equans participa actualmente en la operación y mantenimiento de diez aeropuertos en América y Europa. También trabaja en la remodelación del aeropuerto John F. Kennedy, de Nueva York.


**EY Entrepreneur
Of The Year™**
LEC LÍDERES
EMPRESARIALES
DEL CAMBIO
2025


¡ FELICITACIONES

LÍDERES EMPRESARIALES DEL CAMBIO 2025!

Juan Pablo Caminati Promotora Inmobiliaria Industrial de Piura - Piura Futura
Yessica Contreras Grupo Molinero Contreras Astorayme
Félix Daruich Daryza
Carlos Fernández Peruana de Motores H.G.
Eduardo Flores Agro Industrias Emic
Myriam Pastor Agro Industrias Emic
Alejandro Gamero Green Care del Perú
Gonzalo Garrido-Lecca Clínica Anglo Americana
Carlos Guevara Corporación Transportes Carley
César Madrid Madrid Ingenieros
Olga Málaga Sifrah Bijou
Denise Málaga Sifrah Bijou
Matilde Málaga Sifrah Bijou
Yasmin Málaga Sifrah Bijou

Flor Marchese Grupo Trianon
Yanedithe Mejía IQMEH
Elvira Mendoza IQMEH
Gabriela Mendoza I & T Electric - ITESA
Diego Mendoza I & T Electric - ITESA
Víctor Montalvo Grupo Montalvo
Diego Muñoz Najer Bodega Najer
Martín Olano Pulso Salud
Álvaro Orjeda Monteoro Alimentos - La Fidelia
Carlos Urbina Corporación Panaservice
Víctor Vanderveide Electrop Perú Industrial
Slivio Vila New Athletic Group
Dante Villalva Precotex
Juan Zúñiga Beca Inversiones y Proyectos

Listado en orden alfabético por apellido. No aparece en la foto: Yasmin Málaga.


EY Shape the future
with confidence

El Comercio

**Asociación de
Bancos del Perú**
www.premiolec.pe

MUNDO TRANSPORTE

ERONILDO BARROS
CEO de Scaña Perú

UN LLAMADO A LA INNOVACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD

Aunque se han realizado esfuerzos para mejorar la red vial, aún persisten tramos sin pavimentar, puentes en mal estado y carreteras que atraviesan terrenos de difícil acceso.

En el dinámico mundo del transporte pesado, la infraestructura juega un papel fundamental en la eficiencia y sostenibilidad de nuestras operaciones. En Perú, estamos en un momento crucial para transformar el transporte, pero las condiciones actuales a menudo presentan desafíos significativos, desde la calidad de las carreteras hasta la disponibilidad de estaciones de servicio adecuadas.

La falta de infraestructura moderna y adecuada no solo afecta la eficiencia operativa, sino que también incrementa los costos y limita la capacidad de los operadores para implementar tecnologías avanzadas. Según el MTC, al cierre del 2024, 17.411 kilómetros de la red vial nacional están pavimentados, lo que equivale al 75,5% del total. Las iniciativas de infraestructura que impulsa el Ejecutivo deben tener un enfoque integral.

El Megapuerto de Chancay está generando buenas expectativas de desarrollo para el país, empujando otras inversiones que se necesitan para mejorar la conectividad. Este proyecto tendrá un gran impacto en el transporte pesado, clave para la competitividad logística a nivel nacional e internacional. La Cámara de Comercio de Lima prevé que el megapuerto movilizará entre el 30% y el 40% de la carga nacional con destino a China y el sudeste asiático. Ello obligará a las empresas logísticas a incrementar su flota para responder a esta demanda. Aunque se han realizado esfuerzos significativos en los últimos años para mejorar y ampliar la red vial, aún persisten tramos sin pavimentar, puentes en mal estado y carreteras que atraviesan terrenos de difícil acceso. Otro desafío importante es la geografía diversa y variada del país. Esto di-

ficulta la conectividad terrestre en ciertas regiones y aumenta los costos de transporte, especialmente para las zonas más alejadas de los centros urbanos y los puertos. Es sumamente importante que se realicen inversiones significativas en la modernización de nuestra infraestructura. Esto incluye la construcción y mantenimiento de rutas de alta calidad, así como el desarrollo de estaciones de servicio que puedan soportar vehículos de última generación. Además, se deben mejorar las coordinaciones entre los diferentes actores del sector, incluyendo el gobierno, las empresas de transporte y los gremios de transportistas, quienes debemos responder a los desafíos que nos pone la modernización del país.

El Comercio no necesariamente coincide con las opiniones de los articulistas que las firman, aunque siempre las respeta.

La Cuadra Del Salvador aterriza en Madrid y 'cocina' nuevo local en Lima

Apetito. La cadena de restaurantes ha invertido 3 millones de euros en su nuevo local en España. Además, abrirá su cuarto local en el Perú, en La Molina.

CLAUDIA INGA MARTÍNEZ

La Cuadra del Salvador, el 'steakhouse' que hoy tiene tres locales en Lima, acaba de dar su primer salto internacional este 2025.

Danella García, gerente de Marketing de la cadena de restaurantes, releva a DÍA 1 que La Cuadra del Salvador acaba de llegar a Madrid, en el corazón de la capital española, a pocos metros de la Puerta del Sol, sobre la calle Los Madrazos.

En un local de dos pisos con capacidad para unas 150 personas, La Cuadra del Salvador inicia su aventura fuera del país, aprovechando el 'boom' y el amplio reconocimiento de la gastronomía peruana en otras latitudes, en particular, en Europa.

Es por eso que, como cuenta García, además del clásico concepto de 'steakhouse', este local incluirá también platos de fusión peruana como lomo saltado, risotto con lomo saltado, papa rellena, picares y algunas opciones que no se encuentran hoy en sus cartas limeñas.

"Nosotros somos un 'steakhouse'. Además de la propuesta que te menciono, importamos carnes americanas, no españolas. Ese es nuestro diferencial", agrega.

La inversión para abrir este local ha sido de 3 millones de euros e inician con grandes expectati-

vas de conquistar el paladar de los españoles y también de la comunidad peruana en Madrid. García comenta que se proyecta un ticket promedio de entre 80 y 100 euros.

La ejecutiva refiere que además de los temas de mercado, también eligieron España por la estrecha relación de la familia de Pedro Pablo Pazos, dueño del restaurante, con dicho país.

Si bien tuvo algunos días de marcha blanca, la apertura oficial se realizó el jueves pasado.

¿Ven más ciudades dentro del plan internacional? Por el momento García remarca que no están evaluando esta opción. Sin embargo, comparte, siempre les ha parecido interesante Estados Unidos.

Más adelante podrían incorporar las cenas maridaje al local de Madrid, una novedad que incluyeron en sus cartas limeñas en la segunda mitad del año pasado.

García remarca que con la variedad y alto consumo de vino, este tipo de cenas maridaje, que incluye la fusión de la gastronomía peruana, podría encontrar buenos espacios de consumo.

NUEVO LOCAL EN LIMA

En la capital, donde tiene tres locales ubicados en Barranco, San Isidro y Chacarilla, abrirá su restaurante en el primer semestre de este año.

"En abril de este año abriremos nuestro cuarto local en el Perú, es-



El local de Madrid cuenta con diversos salones que llevan por nombre distritos de la capital limeña.

En puntos Experiencia

Trayectoria

El restaurante tiene más de 10 años operando en el mercado peruano.

Carnes

La Cuadra del Salvador importa 70 toneladas de carne de res al año desde Estados Unidos.

ta vez en La Molina, un restaurante de tres pisos y que contará con un 'rooftop', siguiendo la línea de que siempre buscamos tener terrazas abiertas. Va a ser nuestro local más grande", nos cuenta García, quien comenta que un concepto similar no existe actualmente en el distrito.

La inversión que se va destinando a esta nueva sucursal de US\$3 millones para su implementación.

Por ahora, con estos cuatro puntos estratégicos, la cadena de restaurantes busca crecer en ventas y posicionarse con su propuesta 'steakhouse' con cortes americanos, sus vinos y coctelería.

La Cuadra del Salvador tuvo

un buen 2024, lo que se tradujo en un crecimiento en ventas del 20% frente al año anterior.

Y este año, ya con los nuevos locales en Madrid y en La Molina en el Perú, la marca apunta a alcanzar un incremento de ventas en el orden de 15% a 20%.

La cadena, hoy en día, tiene un ticket promedio de entre S/180 y S/200 en sus locales. Aunque, la ejecutiva indica que este ticket varía un poco, de acuerdo a cada una de sus sucursales. En Barranco, por ejemplo, el ticket es un poco menor, al recibir un público con un perfil más joven y turistas, que van, sobre todo, para probar la coctelería.

MUNDO EMPRESARIAL

**Corte Suprema de Estados Unidos ratifica ley contra TikTok**

El viernes, la Corte Suprema estadounidense ratificó por unanimidad la norma aprobada por el Parlamento de Estados Unidos. La ley establece que la empresa china ByteDance, matriz de TikTok, venda la red social o la cierre en Estados Unidos antes del 19 de enero.

**Netflix habría recibido más de 9 millones de suscriptores en el último trimestre**

Según estimaciones del mercado, reportó Reuters, la plataforma de 'streaming' habría sumado 9,2 millones de suscriptores en el último trimestre, por la incorporación de contenidos de eventos deportivos. Netflix presentará sus resultados este martes.

**American Express pagará US\$230 millones para resolver investigaciones federales**

La entidad financiera informó el jueves que el monto a cancelar es parte de un acuerdo con la Fiscalía de Brooklyn para no ir a juicio por las investigaciones federales en contra de American Express por casos de fraude electrónico y publicidad engañosa.

**Codelco en diálogo con Arabia Saudita para realizar inversiones en cobre**

El presidente de la compañía estatal chilena señaló a Reuters que estuvo en conversaciones con Arabia Saudita para tener inversiones conjuntas en cobre. El ejecutivo se reunió con el ministro de Minería saudí y con representantes de la empresa Manara Minerals.

Nuevas salas VIP: 'The Club' y 'Sleep N' Fly'

Aeropuerto Jorge Chávez. Airport Dimensions cuenta los detalles de las cuatro salas que operará en el nuevo terminal.



Actualmente la compañía maneja 70 salas VIP a nivel mundial. Para el 2028 espera llegar a operar 100 salas.

CHRISTIAN SILVA G.

DETALLES

De acuerdo con Benza, las salas manejarán dos conceptos: 'The Club' y 'Sleep N' Fly'.

En marzo, con la apertura de la infraestructura aeroportuaria, se contará con dos salas: 'The Club' en el terminal internacional y 'Sleep N' Fly' en el área pública, antes de las salas de embarque.

Este último concepto, explica, incluye cabinas de descanso que ya utilizan en aeropuertos del Medio Oriente como Dubai y Doha.

En marzo de 2026, la compañía abrirá las otras dos salas VIP, también bajo el concepto de 'The Club': una en la terminal nacional y otra en la zona internacional.

En total, las cuatro salas comprenderán un espacio de 5.500 m².

Los pasajeros que busquen utilizar estas salas deberán ser miembros de Priority Pass o de 'Lounge Key'. Para los viajeros que no cuenten con estas membresías, 'The Club' estará disponible por tres horas antes de un vuelo por un costo de US\$55.

Airport Dimensions, apunta Benza, espera que el tránsito dentro de sus salas VIP 'The Club' oscilen entre los 3.000 a 3.200 pasajeros diarios en un inicio. A futuro, la cifra se elevaría a 7.000 por día, añade.

Además, la compañía espera abrir otras salas VIP en aeropuertos de India, Indonesia, Brasil y Estados Unidos.

Más datos Servicios

● Benza explica que las salas 'The Club' contarán con servicios de comida y cocteles, zonas para niños, espacios para reuniones y duchas gratuitas, entre otros.

● En 'Sleep N' Fly' habrá hasta cuatro tipos distintos de espacios, para un pasajero o para una familia. El costo por dos horas será de US\$23.

En el nuevo terminal del Aeropuerto Jorge Chávez, la empresa Airport Dimensions, perteneciente a Collinson Group, operará cuatro de las cinco salas VIP, cuenta Giorgio Benza, vicepresidente de la empresa para América Latina, a Día 1.

"Este aeropuerto tiene una ubicación estratégica muy importante, acceso privilegiado para los cinco continentes. El tráfico va a subir notablemente, eventualmente a los 40 millones", señala el ejecutivo.

La inversión que viene destinando la compañía para las cuatro salas alcanza los US\$20 millones en conjunto, agrega.



Win tiene el 38% de conexiones de fibra óptica en las zonas donde opera.

Win Perú apunta a facturar S/750 mlls. este 2025

Planes. La compañía espera ampliar operaciones a Cusco, Arequipa y Huancayo, y llegar a 750.000 clientes.

En el 2024, la operadora de Internet de fibra óptica Win cerró con una facturación de S/600 millones y con más de 600.000 clientes a nivel de hogares, cuenta Eduardo Zagazeta, gerente general de Win, a Día 1.

En agosto de ese año, Linzor Capital Partners informó sobre la adquisición de Win tras un acuerdo con el Grupo ON, la propietaria de la empresa de telecomunicaciones.

Con los nuevos accionistas, Zagazeta señala que el objetivo trazado es alcanzar el millón de clientes hacia el 2028. "El objetivo de Linzor es acelerar nuestros planes de crecimiento que habíamos venido ejecutando y cumpliendo", expresa.

Por ello, en este año, esperan llegar a unos 750.000 clien-

tes y alcanzar una capacidad de cobertura de unos cuatro millones de hogares.

PLANES Y SUR CHICO

Para este año, Win apunta a expandirse hacia el sur y centro del país. El gerente general apunta que las tres zonas que tienen en la mira son Huancayo, Cusco y Arequipa. Cabe recordar que la empresa ya opera en Piura, La Libertad, Lambayeque y Ancash.

Además, detalla Zagazeta, la empresa inició operaciones en el sur chico de la capital peruana, incluyendo Punta Hermosa, San Bartolo, Punta Negra y Santa María.

"La expectativa que tenemos es superar el 30% de participación de mercado en todos los lugares donde estamos presentes", acota.

Para lograr estos planes, Win estima invertir unos S/180 millones en este 2025. Con todo ello, la empresa también espera tener unos S/750 millones de facturación al término del 2025.

PING PONG CON...**Fernando Mariátegui**

Gerente general de San Jorge

“La responsabilidad de un profesional no tiene límites”

El ejecutivo confiesa ser un apasionado por el teatro y la poesía. Afirma no tener apego por los objetos materiales. Aprendió que las finanzas son mucho más que números.

HUGO CORTÉS



1. ¿A qué hora se levanta y qué es lo primero que hace?
A las 7:30 a. m. y lo primero que hago es meditar.

2. De los libros que ha leído, ¿cuál recomendaría?
‘Empieza con el porqué’ de Simon Sinek.

3. ¿Qué objeto no puede faltar en su vida?
No tengo ningún apego por los objetos.

4. ¿Cuál es la última película que ha visto?
Teatro, la cercanía humana es irremplazable.

5. ¿Qué aplicativos no pueden faltar en su celular?
Blinklist, Trello, Whatsapp y Youtube.

6. ¿Netflix, Amazon, HBO, Apple, Disney?
Netflix, aún me sorprende.

7. ¿El auto de sus sueños?
Land Rover defender 130 V8.

8. ¿Destino favorito en vacaciones?
La selva peruana es inigualable.

9. ¿Qué deporte practica?
Hoy ninguno, pero jugué básquet por muchos años.

10. ¿Cocktail o trago favorito?

Vodka, aunque no tomo mucho.

11. ¿Cuál es su restaurante favorito?
Chalet Belga, una pollería increíble de Chosica.

12. ¿Un lugar en el que quisiera estar para relajarse y trabajar a la vez?
Nuevamente en la selva.

13. Describese en 3 palabras
Comprometido, diferente y cercano.

14. ¿Tiene algún talento oculto?
La poesía, de pequeño recitaba y en la universidad gané un concurso.

15. Una frase que lo/la defina
Nunca, nunca, nunca te rindas.

16. ¿Qué compañía es una inspiración para usted?
San Jorge, me inspira cómo trata a sus trabajadores y a todos sus clientes.

17. ¿Con qué referente de su rubro le gustaría cenar?
Ya no está con nosotros, pero tuve la suerte de cenar muchas veces con él.

18. ¿Quién es el jefe que más lo marcó?
Mario Arrus. Con él aprendí que la responsabilidad de un profesional no tiene límites y que las finanzas son mucho más que números.

19. ¿Quién le dio el mejor consejo?

Mi papá y fue: “el que quiere hacer bien las cosas, las hace. Lo demás son solo excusas”.

20. ¿Qué soñaba ser cuando era niño?
Quería ser marino.

21. ¿Cuál fue su primer trabajo?
Enseñar a chicos de colegios que los habían condenado a repetir, al final todos pasaron de año.

22. ¿Una decisión empresarial que cambiaría?
No invertir más en la capacitación de las personas.

23. ¿Qué pregunta clave haría para contratar a alguien?
¿Puedes describirme una idea puntual para mejorar la empresa? Y, ¿puedes aplicarla en un mes?

24. ¿Cuál es su mayor orgullo?
Que mis hijos sean mejores que yo.

25. ¿Cuál es el gran tema del que no se habla en los medios?
Del daño irremediable de la anemia en el futuro del país.

26. ¿Cuál es la principal virtud de los peruanos?
La resiliencia.

27. ¿Y su principal defecto?
La poca seriedad al elegir y supervisar a nuestras autoridades.

MUNDO TECNOLOGÍA**JUAN CARLOS ZEVALLOS**

Gerente general de IBM Perú y Technology Leader de Perú, Ecuador y Bolivia



TENDENCIAS DE LA IA EN EL 2025

● Estamos a solo unos días de haber iniciado el año y la industria tecnológica ya está dando indicios de cómo se moverán las piezas en el tablero hacia donde invertir, cómo aumentar el rendimiento, cómo proteger su información y crecer significativamente. Hoy, muchas empresas en el Perú y el mundo ven la tecnología y soluciones de Inteligencia Artificial (IA) como un motor de transformación empresarial que les ofrece productividad, crecimiento y reinversión. De hecho, el International Data Corporation (IDC) estima que el gasto mundial de tecnologías que respaldan la IA superará los US\$749 mil millones en el 2028.

A medida que seguimos identificando las oportunidades que trae la adopción de la IA, ahora es el momento de pensar en cómo asegurar que sea confiable, transparente, explicable y robusta para los clientes. Su uso incorrecto podría producir resultados perjudiciales para las empresas, como una filtración de datos. Hoy, en América Latina este tipo de incidencia tiene un costo de US\$2,76 millones y es importante conocer estos retos, así como también las oportunidades para seguir impulsando los negocios. A continuación, tres tendencias para estar preparados este 2025: 1. Los agentes de IA transformarán las empresas y será necesario capacitar a los equipos; el futuro del trabajo se está reescribiendo, los

“Es el momento de pensar en cómo asegurar que (la IA) sea confiable, transparente, explicable y robusta para los clientes”

agentes de IA están diseñados para resolver problemas complejos, crear planes viables y ejecutarlos en colaboración con las personas. Esto pondrá a pensar a las empresas en cómo aprovechar al máximo la IA generativa para lograr agilidad; 2. La ubicación de los datos lo es todo: las empresas deberán analizar dónde se almacenan los datos y ajustar estratégicamente sus operaciones en función de los cambios a nivel de mercado. Una visibilidad panorámica les permitirá mantenerse a la vanguardia ante cualquier cambio y evitar una multa regulatoria; y 3. La innovación en productos y servicios de IA es el objetivo número uno de los CEO, pero los modelos empresariales aún no han alcanzado esta meta: El avance de tecnologías como la IA generativa está ingresando con mayor fuerza a brindar soluciones de innovación, y la clave para este año será dejar los antiguos modelos de negocio y apostar por nuevos que les permitan aprovechar las oportunidades de crecimiento que esta tecnología les ofrece.

El Comercio no necesariamente coincide con las opiniones de los articulistas que las firman, aunque siempre las respeta.